لجنة التجارة الفيدرالية تسعى لتفكيك "ميتا"... و"تيك توك" بقلب المعركة



بعد أسابيع من بدء محاكمة مكافحة الاحتكار التي تهدد مستقبل إمبراطورية شركة مواقع التواصل الاجتماعي "ميتا"، قد تكون أفضل فرصة للفوز في المحاكمة معتمدة على أحد منافسيها "تيك توك".

وتسعى لجنة التجارة الفيدرالية إلى تفكيك ميتا، مدعيةً أنها:"تمارس احتكارًا غير قانوني بُني في الأصل قبل أكثر من عقد من الزمان من خلال استحواذ فيسبوك على إنستغرام وواتساب".

وللنجاح في ذلك، يتعين على اللجنة أن تُثبت ليس فقط أن ميتا مارست احتكارًا غير قانوني، بل أيضًا أن هيمنتها لم تتضاءل منذ ذلك الحين. وهنا يأتي دور "تيك توك"، بحسب تقرير لصحيفة "وول ستريت جورنال".

وتقدم لجنة التجارة الفيدرالية أدلة منهجية لدعم ادعائها بأن ميتا تخلصت من معظم المنافسين في سوق وسائل التواصل الاجتماعي الموجهة للمستهلكين الذين يستخدمون هذه الوسائل للتواصل مع الأصدقاء والعائلة.

"تيك توك" قد يكون المخرج!

وتحاول ميتا تقويض هذا الادعاء بالقول إن سوق وسائل التواصل الاجتماعي قد تطور إلى شكل من أشكال الترفيه والأخبار.

وفي عالم اليوم، تقول ميتا إن:"منصة مقاطع الفيديو القصيرة تيك توك تُعتبر منافسًا قويًا".

وخلال استجوابه ،يوم الأربعاء، من قِبل محامي "ميتا"، شهد مسؤول تنفيذي كبير في "تيك توك" بأن:"شركته ليست مثل "إنستغرام" و"فيسبوك".

وقال آدم بريسر، رئيس العمليات في تيك توك، نحن تطبيق ولدينا ميزات اجتماعية، لكنني لا أعتبرنا تطبيقًا (للتواصل) الاجتماعي.

وثم سلّط محامو ميتا الضوء على سلسلة من التحليلات الداخلية لتيك توك التي زادت من تعقيد الأمور.

وجاء في إحدى وثائق الإدارة الصادرة من عام 2021: "يوتيوب وإنستغرام هما أهم منافسي تيك توك".

خدمة متشابهة

واستشهد محامو ميتا بسجلات أخرى أيضًا.

وقالت شركة تيك توك لوكالة حكومية أسترالية في مارس:"أصبحت واجهات (خدمة) الفيديو القصير على تيك توك وإنستغرام ويوتيوب أصبحت الآن متشابهة إلى حد كبير".

وأشار آرون بانر، محامي ميتا إلى أن:"منصة تيك توك أضافت ميزات اجتماعية، مثل علامة تبويب "الأصدقاء"، جعلتها أشبه بمنتج للتواصل الاجتماعي".

وقال مارك زوكربيرغ، الرئيس التنفيذي لشركة ميتا، خلال مثوله أمام المحكمة الشهر الماضي، إن:"إنستغرام" و"فيسبوك" أصبحا يشبهان "تيك توك"، إذ انتقلا من كونهما منصة تواصل اجتماعي إلى "مساحة أوسع للاستكشاف والترفيه".

وأدلى كيفن سيستروم، الشريك المؤسس لإنستغرام، بشهادته في الغالب لصالح لجنة التجارة الفيدرالية، لكنه أبدى أيضًا ملاحظة مماثلة حول تحول مواقع التواصل الاجتماعي.

وقال سيستروم للمحكمة، إن الأفق الحالي للمنتجات يدور بالكامل حول ترفيه المستخدمين بمحتوى الفيديو، مضيفًا:"فيسبوك بالتأكيد، وتيك توك بالتأكيد، وإنستغرام بالتأكيد (كذلك). وسأعطيكم مثالًا آخر، وهو يوتيوب".

ويبدو أن الهدف من وراء محاولة إثبات تشابه الخدمة التي يقدمها تيك توك وفيسبوك وإنستغرام هو تفنيد الاتهام الموجه إلى ميتا بالاحتكار.

ولكن لجنة التجارة الفيدرالية تؤكد أن:"فيسبوك يضع العلاقات الشخصية في صميم التجربة".

وتُظهر بعض وثائق ميتا الداخلية التي قدمتها اللجنة للمحكمة، مثل بيانات الاستطلاعات، أن الناس يقدرون فيسبوك وإنستغرام بشكل أساسي من أجل متابعة الأصدقاء والعائلة.

وأما تيك توك فيعتمد على خوارزمية تحدد مقاطع الفيديو التي سيتم عرضها. ولا تهتم الخوارزمية حقًا بمعرفة المستخدم لمُصوّر الفيديو، وفقًا لبرسير وشهود آخرين. والهدف هو إبقاء المستخدم مُتفاعلًا مع التطبيق.

ومن المُتوقع أن تُواصل اللجنة التجارة الفيدرالية عرض قضيتها لمدة أسبوع آخر على الأقل. وقد أمضت مُعظم وقتها حتى الآن في مُحاولة إثبات أن فيسبوك (ميتا حاليًا) اشترت إنستغرام وواتساب لغرض صريح وهو تحييدهما كمُنافسين مُحتملين.

ووفقًا لشهادة سيستروم الشريك المؤسس لإنستغرام فحتى بعد أن اشترى زوكربيرغ إنستغرام في عام 2012، واجه صعوبةً في تحديد مقدار الترويج لتطبيق مشاركة الصور، خوفًا من أن يؤدي نموه إلى تآكل شعبية فيسبوك.

وقال سيستروم إن:"تطبيقه كان ليُصبح منافسًا قويًا لفيسبوك لو ظل مستقلًا. ولكن عند استجوابه من أحد محامي ميتا، أقرّ بأن دعم ميتا ساهم في نموه السريع بين عامي 2012 و2018".